



A INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE GRADUAÇÃO NA ÁREA DE NEGÓCIOS E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DE UMA FACULDADE PARTICULAR NA SERRA (ES)

CARDOZO, Erico Aurélio Abreu,¹; ROCHA, Karoline Mandelli da²

¹ Departamento de Administração, Universidade Federal do Espírito Santo, erico.cardozo@gmail.com

² Departamento de Administração, Centro de Ensino Superior FABRA, karolmandelli@gmail.com

Resumo: *O objetivo da presente pesquisa é identificar se há diferença entre os discentes de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação de uma faculdade particular na Serra - ES, nas suas Atitudes Pessoais, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora. O método utilizado nesta pesquisa foi o predeterminado. Como ferramenta, utilizou-se um questionário estruturado fechado, adaptado do originalmente desenvolvido por Liñán e Chen (2009). A amostra da presente pesquisa foi composta por 157 discentes de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação de uma faculdade particular do estado de Espírito Santo. Os resultados da presente pesquisa revelam diferenças significativas entre Atitudes Pessoais, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora entre os cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação.*

Palavras-chave: Engenharia Organizacional, Empreendedorismo, Intenção Empreendedora, Desenvolvimento.

ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNDERGRADUATE STUDENTS IN BUSINESS AREA AND INFORMATION TECHNOLOGY OF A PRIVATE SCHOOL IN SERRA (ES)

Abstract: *The aim of this research is to identify whether there is a difference between the undergraduate students in the area of Business and Information Technology of a private college in Serra - ES in their Personal Attitudes, Perceived Behavioral Control and Entrepreneurial Intent. The method used was the default. As a tool, we used a closed structured questionnaire, adapted from originally developed by Liñán and Chen (2009). The sample of this research consisted of 157 undergraduate students in the area of Business and Information Technology of a private college in the state of Espírito Santo. The results of this survey reveal significant differences between Personal Attitudes, Perceived Behavioral Control and Entrepreneurial Intention among area courses of Business and Information Technology.*

Keywords: *Organizational Engineering, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Development.*

1. Introdução

Os graduandos geralmente ingressam no Ensino Superior ainda sem ter uma carreira profissional definida e, ao longo da sua vida acadêmica, vão delineando seus desejos futuros (Luna & Santos, 2013). Por isso, as instituições de ensino superior são um local apropriado para despertar interesses e desenvolver empreendedores, visto que a disciplina de empreendedorismo, especificamente, está presente em diferentes cursos das instituições, podendo despertar interesse dos discentes nas atividades empreendedoras.

Em âmbito mundial, nos últimos 15 anos, há uma expansão e proliferação de cursos e programas educacionais voltados ao empreendedorismo (Solomon, 2008). Tanto nacionalmente quanto internacionalmente, o tema empreendedorismo é alvo de estudos. Matias, Colares, Rocha, Carvalho Júnior (2012) advogam que o empreendedorismo deve ser estimulado e estudam como estimular o empreendedorismo por vocação, entre os jovens.

O economista Schumpeter (1950), na década de 50, usa a palavra empreendedorismo para designar aquela pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. De acordo com Garavan e O'Cinneide (1994), são três as principais características dos inovadores e empreendedores: seus conhecimentos, suas habilidades e suas atitudes. Este último aspecto

compõe as forças psicossociais do contexto cultural individual e é de primordial importância para impactar os padrões de comportamento empresarial; assim como muitas competências, habilidades e conhecimentos podem ser necessários para cumprir os diferentes objetivos dos programas educacionais voltados ao empreendedorismo, pois “nem todo mundo tem o que é preciso para ser um empreendedor, mas a nossa sociedade não precisa que todos sejam empreendedores” (Garavan & O’Cinneide, 1994).

Há uma evidência preliminar de que os atributos empresariais podem ser positivamente impactados por programas educacionais (Athayde, 2009) e que muitos programas e cursos de empreendedorismo são capazes de construir a consciência do empreendedorismo como opção de carreira e incentivar atitudes favoráveis para o empreendedorismo (Anderson & Jack, 2008).

2. Problema de pesquisa e objetivo

Liñán e Chen (2009) relatam como resultados do estudo realizado que buscou comparar a Intenção Empreendedora entre os discentes de Taiwan e da Espanha, que os fatores comportamentais influenciadores da Intenção Empreendedora, provenientes da Teoria do Planejamento do Comportamento (TPB), são semelhantes em diferentes culturas; porém as singularidades nacionais transparecem na forma como as pessoas compreendem a realidade e a modificam em percepções para um empreendimento.

Quanto às Normas Subjetivas, Liñán e Chen (2009) relatam que o impacto do ambiente social no comportamento é o primeiro filtro aos estímulos extremos ao empreendedorismo. Assim sendo, as Normas Subjetivas é que vão impactar a avaliação favorável ou não, que o indivíduo de determinados comportamentos tem, exibidos pelas Atitudes Pessoais, e impactar a percepção sobre a dificuldade ou não, em realizar determinadas tarefas, evidenciada pelo Controle Comportamental Percebido.

Portanto, apurar se há diferenças nas Atitudes Pessoais, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora, entre os discentes dos cursos de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação, proporciona informações relevantes para as instituições de Ensino Superior.

Desse modo, o objetivo da presente pesquisa é identificar se há diferença entre os discentes de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação de uma faculdade particular na Serra - ES, nas suas Atitudes Pessoais, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora.

3. Fundamentação teórica

3.1. Empreendedorismo

A iniciativa ou não de se tornar um empreendedor é consciente. Linñan e Chen (2009) argumentam que a análise do modo como essa decisão é tomada faz-se necessária, sendo a Intenção Empreendedora o primeiro passo a ser dado para a iniciação de uma empresa, já que o empreendedorismo ocorre ao longo do tempo.

O desenvolvimento econômico poderia ser simplificado como o ato de satisfazer as necessidades sociais, quando novas combinações são realizadas pelo empreendedor, através da iniciativa, do autoritarismo e da capacidade de prever, unificando os fatores produtivos, segundo Schumpeter e Backhaus (2003). Entretanto, Kuratko (2005) pensa que o empreendedorismo é a imagem de motor da economia quando novas empresas são criadas, pois ele promove o desenvolvimento econômico e desperta o interesse em todos.

No entanto, é essencialmente importante ressaltar que, mesmo depois de inúmeras pesquisas serem realizadas neste campo, o conceito de empreendedorismo é vasto e antagônico, mais ainda quando um molde do empreendedor tenta ser construído. As circunstâncias em que o empreendedor aparece são várias, o que complica a criação de um conceito, mesmo após inúmeros teóricos já o terem feito e, ainda assim, não foi possível abeirar-se de todas as suas características específicas, salienta Sales e Souza Neto (2004).

3.2. Teoria do planejamento do comportamento

A Teoria do Planejamento do Comportamento (*Theory of Planned Behaviour -TPB*) é baseada em três fatores motivacionais que impactam o comportamento (Ajzen, 1991; Liñan & Chen, 2009), sendo eles:

1. Atitude Empreendedora (AT): Indica o grau ao qual um indivíduo possui uma valorização pessoal positiva ou negativa sobre ser um empreendedor (Ajzen et al., 2000; Pathak & Wennberg, 2013).
2. Norma Subjetiva (NS): Mede a percepção de pressão social para realizar ou não realizar comportamentos empresariais (Ajzen, 2001).
3. Percepção de Controle Comportamental (PCC): É definida como a percepção da facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor (Ajzen, 2001).

Com base na Teoria do Planejamento do Comportamento, a Intenção Empreendedora pode ser definida como um esforço que o indivíduo exerce para efetuar uma atividade empresarial e

comportamentos planejados, tais como o empreendedorismo é previsto por intenções, que são derivadas a partir de atitudes (Ajzen, 1991).

A atitude de um indivíduo pode mudar e evoluir ao longo do tempo, pois não é uma característica permanente. Essas atitudes não são iguais em todos os indivíduos e são derivados de fatores externos, mas que interferem no comportamento, como as influências culturais (Crant, 1995; Crant & Bateman, 2000), criando intuições que fazem possível prever o comportamento do indivíduo.

A Norma Subjetiva parte do pressuposto de que o indivíduo tende a avaliar favorável ou desfavoravelmente um comportamento de acordo com suas crenças, ou seja, há uma pressão do meio onde está inserido, que faz com ele atente-se para a opinião e o comportamento alheio. Já a PCC refere-se à intenção do indivíduo, quanto a sua facilidade ou dificuldade de realizar tarefas.

Baseando-se em atitudes que estudam as intenções, podemos obter conhecimento sobre o empreendedorismo. A atividade empresarial é, muitas vezes, um comportamento planejado ou intencional que é influenciado por atitudes. A viabilidade de um novo empreendimento advém de disponibilidades de recursos, consequências de um comportamento e de suas ações. (Crant, 1996). A orientação empreendedora ou propensão a ter Intenção Empreendedora consiste em quatro grandes dimensões: realização, autoestima, controle pessoal e inovação (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991). Empreendedores arriscam tempo e dinheiro na busca de oportunidades de transcender horizontes com a sua própria ideia de negócios. (Paul & Shrivastava, 2015; Robinson *et al.*, 1991).

Normalmente, um aumento da percepção de controle e atitude positiva, bem como normas socialmente aceitas podem melhorar as intenções empreendedoras de um indivíduo (Goethner, Obschonka, Silbereisen, & Cantner, 2012; Kautonen, Tornikoski, & Kibler, 2011). Almeida (2005) alega que a TPB posiciona-se como uma das mais difundidas teorias do comportamento humano, cujos resultados são modelos de inúmeros estudos para explicar o comportamento humano visto sua capacidade explicativa satisfatória.

3.3. Atitude empreendedora baseada na teoria do planejamento do comportamento

A intenção de fazer algo depende de nossas atitudes e é materializada pelo nosso comportamento, como argumentam Lopes Júnior e Souza (2005, p. 8):

muito da atenção dispensada pelos estudiosos para explicar o conceito de atitude vem da tentativa de se prever o comportamento social [...] sendo a atitude, a disposição para responder favorável ou desfavoravelmente a um objeto psicológico.

De acordo com Ajzen e Fishbein (2000), as pesquisas comprovaram que há baixa relação entre atitudes verbais e o comportamento que, de fato, é apresentado. Afirmam também que isso existe porque a maioria das abordagens que demonstraram resultados negativos falhou ao reconhecer a peculiaridade situacional dos comportamentos humanos. As pesquisas que alcançaram os resultados negativos foram feitas com pessoas de diferentes raças, etnias, religiões e carreiras. Nas pesquisas, os participantes estavam inseridos em um contexto e nele tentavam prever ações específicas.

Em um de seus estudos, Ajzen (1991) denomina que outros fatores estão incluídos na tentativa de se prever o comportamento como o princípio da agregação. Essa é a ideia que se encontra por trás do princípio da agregação e parte da suposição de que qualquer comportamento sofre a influência de vários outros fatores únicos para a ocasião e ação particular que está sendo observada e não apenas a influência de disposições gerais relevantes.

Posteriormente, ainda sobre a influência das atitudes sobre o comportamento, Ajzen e Fishbein (2000) argumentam que a intenção individual para realizar as atitudes empreendedoras acontece quanto mais favorável forem as atitudes particulares e as subjeções relacionadas ao comportamento e quanto maior for a percepção de Controle Comportamental.

4. Metodologia

4.1. Caracterização da pesquisa

A presente pesquisa utiliza uma abordagem do tipo quantitativa, não experimental. O método utilizado nesta pesquisa foi o predeterminado. Como ferramenta, utilizou-se um questionário estruturado fechado, adaptado do originalmente desenvolvido por Liñán e Chen (2009). Esta pesquisa apresenta, também, caráter descritivo, em que variáveis foram observadas, registradas e correlacionadas, em seu desenvolvimento (CRESWELL, 2009).

4.2. Coleta de dados e amostra

A coleta estruturada de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário formal, com perguntas de alternativas fixas estruturadas em ordem predeterminada, aplicado nas salas de aula dos respectivos cursos.

A amostra da presente pesquisa foi composta por 157 discentes de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação de uma faculdade particular do estado de Espírito Santo.

O processo de amostragem foi não probabilístico e o critério utilizado foi o de acessibilidade. Os dados obtidos caracterizam-se por sua natureza primária, reunidos por meio de questionário aplicado à amostra da população desta pesquisa.

4.3. Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados utilizado é questionário originalmente desenvolvido por Liñán e Chen (2009), validado em uma pesquisa *cross cultural* e possuindo como base a Teoria do Planejamento do Comportamento (TPB).

O questionário foi composto por 25 questões, das quais as primeiras seis visam a colher informações sobre o perfil demográfico do respondente; a questão 07 busca avaliar a Norma Subjetiva, todas de caráter obrigatório e fechadas; e da questão 08 a 25, o respondente é convidado a marcar em uma escala de 1 a 10 sua percepção quanto às Atitudes Pessoais, Controle Comportamental e Intenções Empreendedoras. Classificações perceptuais dependem do julgamento do respondente e permitem dar uma resposta sem dar informações numéricas específicas. Respondentes estão mais dispostos a responder uma pergunta subjetiva do que consultas sobre dados numéricos (AHIRE et al., 1996).

O questionário, apresentado no apêndice A, foi aplicado aos discentes graduandos dos cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação no mês de abril de 2016.

4.4. Tratamento dos dados

Com o objetivo de testar a confiabilidade dos dados amostrais, foi utilizado o *teste Alpha de Cronbach*, que tem como objetivo medir a confiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, ou seja, avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados (CRONBACH, 1951), e a análise de regressão linear foi empregada para examinar a influência de cada construto sobre a Intenção Empreendedora. Com o intuito de realizar a comparação das médias, foi aplicado o teste Mann Whitney, que, segundo Bentler (1977), é utilizado para

comparar duas médias amostrais de dados não pareados, em testes não paramétricos. As médias foram testadas individualmente por cada construto e comparada aos dois construtos em questão. Em todos os testes realizados, foi considerado um nível de significância estatística de 5%. O pacote estatístico, como o IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), foi utilizado para realização dos testes.

5. Análise dos resultados

5.1. Perfil dos respondentes

Os dados da análise descritiva dos discentes respondentes são apresentados nas tabelas a seguir com o objetivo de contextualizar a interpretação.

Tabela 1 - Variável Gênero

Variável		n%
Gênero	Feminino	41%
	Masculino	59%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com as respostas dos discentes que participaram da pesquisa, o gênero masculino é predominante, com 59%; seguido pelo gênero feminino com 41%.

Tabela 2 - Variável Estado Civil

Variável		n%
Estado Civil	Casado (a)	28%
	Solteiro (a)	65%
	Viúvo (a)	1%
	Outros	6%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A maior participação dos respondentes está centrada no estado civil solteiro(a), com 65% do total dos discentes que participaram da pesquisa.

Tabela 3 - Variável Faixa Etária

Variável		n%
Faixa Etária	16 a 20 anos	18%
	21 a 24 anos	24%
	25 a 28 anos	22%
	29 a 32 anos	12%
	Acima de 32 anos	24%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Observamos um empate nas seguintes faixas: 21 a 24 anos, acima de 32 anos, sendo que cada uma obteve o percentual de 24% do total dos discentes que participaram da pesquisa.

Tabela 4 - Variável Raça

Variável		n%
Raça	Branco	21%
	Negro	60%
	Pardo	19%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A maior participação dos respondentes está centrada na Raça Negro, com 60% do total dos discentes que participaram da pesquisa.

Tabela 5 - Variável Faixa de Renda

Variável		n%
Faixa de Renda	Até 1 salário	11%
	Mais de 1 a 2 salários	33%
	Mais de 2 a 3 salários	25%
	Mais de 3 a 4 salários	14%
	Mais de 4 a 5 salários	5%
	Mais de 5 salários	11%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dos discentes participantes, 33% se encontram na faixa de renda mensal Mais de 1 a 2 salários, sendo que a segunda parcela com maior participação 25% está concentrada na faixa que inicia com valores maiores que 2 salários até valores iguais a 3 salários de renda mensal.

Tabela 6 - Variável Curso

Variável		n%
Curso	Área de Negócios	54%
	Área de Tecnologia da Informação	46%
Total		100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A maior participação dos respondentes está centrada na área de Negócios, com 54%, seguido pela área de Tecnologia da Informação com 46% do total dos profissionais que participaram da pesquisa.

5.2. Intenção empreendedora : fatores explicativos

Foi realizado o teste de normalidade dos dados amostrais, segmentado por bloco de questões, e como resultado foram encontrados valores de probabilidade abaixo do nível de significância de 0,05 para todos os dados referentes aos cursos da área de negócios e da área de Tecnologia da Informação. Fato que evidencia a não normalidade dos dados amostrais, sendo estes tratados a partir do ponto de forma não paramétrica.

O próximo passo foi a realização do teste KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*), que é uma medida de quão adequados os seus dados estão em análise fatorial.

Os resultados obtidos em ambas as amostras confirmam a validade dos dados, sendo para as amostras da área de Negócios o valor de 0,913 e para área de Tecnologia da Informação 0,897. Os resultados confirmam a adequação dos dados coletados ao uso da análise fatorial.

Com o objetivo de testar a confiabilidade dos dados amostrais, foi utilizado o teste *Alpha de Cronbach*, que tem como objetivo medir a confiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, ou seja, avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados (CRONBACH, 1951).

O Alpha de Cronbach, calculado para os dados referentes a cada construto, é apresentado na Tabela 7.

Tabela 7 – Confiabilidade – Cronbach's Alpha – Cursos área de Negócios

Construto	Cronbach's Alpha	N of Items
Atitudes Pessoais	0,884	5
Norma Subjetiva	0,839	3
Controle Comportamental Percebido	0,857	6
Intenção Empreendedora	0,925	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Importante mencionar que nenhum item que compõem cada construto apresentou valor inferior a 0,5, portanto todos os itens dos seus respectivos construtos foram mantidos na amostra.

Todos os testes de confiabilidade e consistência realizados para os dados referentes aos respondentes dos cursos da área de Negócios, também foram realizados com os dados amostrais referentes aos respondentes dos cursos da área de Tecnologia da Informação.

O Alpha de Cronbach calculado para os dados referentes a cada construto é apresentado na Tabela 8.

Tabela 8 - Confiabilidade - *Cronbach's Alpha* - Cursos área de Tecnologia da Informação

Construto	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Atitudes Pessoais	0,873	5
Norma Subjetiva	0,797	3
Controle Comportamental Percebido	0,885	6
Intenção Empreendedora	0,916	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Importante mencionar que nenhum item que compõem cada construto apresentou valor inferior a 0,5, portanto todos os itens dos seus respectivos construtos foram mantidos na amostra.

Após a análise dos resultados de confiabilidade, realizou-se a análise de Regressão Linear para verificar quanto cada construto (Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido) contribui para explicar o construto Intenção Empreendedora dos respondentes. Os testes de Regressão Linear foram realizados separadamente entre os cursos da área de Negócios e área de Tecnologia da Informação.

O teste realizado, que têm como variável dependente a Intenção Empreendedora e as Atitudes Pessoais como variável independente, teve seus resultados apresentados nas Tabelas 9 e 10 respectivamente.

Tabela 9 - Atitudes Pessoais vs. Intenção Empreendedora - cursos área de Negócios

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,687	0,583	0,383	0,14373

Fonte: Elaborado pelos autores.

O valor de R representa a correlação simples entre as Atitudes Pessoais e a Intenção Empreendedora. O valor de R^2 é 0,583, ou seja, as variações nas Atitudes Pessoais podem explicar até 58,3% das variações das Intenções Empreendedoras dos discentes dos cursos da área de Negócios.

Tabela 10 - Atitudes Pessoais vs. Intenção Empreendedora - área de Tecnologia da Informação

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,781	0,617	0,471	0,11856

Fonte: Elaborado pelos autores.

O valor de R^2 é 0,617, ou seja, as variações das Intenções Empreendedoras podem explicar até 61,7% pelas Atitudes Pessoais dos discentes dos cursos da área de Tecnologia da Informação.

O teste seguinte possuiu como variável dependente a Intenção Empreendedora e o Controle Comportamental Percebido como variável independente e seus resultados são apresentados nas Tabelas 11 e 12 respectivamente.

Tabela 11 - Controle Comportamental Percebido vs. Intenção Empreendedora - cursos área de Negócios

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,917	0,791	0,821	0,09147

Fonte: Elaborado pelos autores.

O valor de R^2 é 0,791 significa que as variações nas Intenções Empreendedoras são explicadas em até 79,1% pelas variações do Controle Comportamental Percebido dos discentes dos cursos da área de Negócios.

Tabela 12 - Controle Comportamental Percebido vs. Intenção Empreendedora - Cursos área de Tecnologia da Informação

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,531	0,321	-0,009	0,18205

Fonte: Elaborado pelos autores.

O valor de R^2 é de 0,531 e significa as variações nas Intenções Empreendedoras são explicadas em até 53,1% pelas variações do Controle Comportamental Percebido dos discentes dos cursos da área de Tecnologia da Informação.

5.3. Análise comparativa das atitudes empreendedoras dos discentes: área de negócios vs. área de tecnologia de informação

Com o objetivo de realizar a comparação das médias, foi aplicado o teste *Mann Whitney*, que, segundo Bentler (1977), é utilizado para comparar duas médias amostrais de dados não pareados, em testes não paramétricos. As médias foram testadas individualmente por cada construto e comparadas aos dois construtos em questão.

A hipótese a ser rejeitada é a de que não existem diferenças significativas entre as médias amostrais. De acordo com Bentler (1977), em situações em que a probabilidade seja inferior ao

nível de significância de 0,05, a hipótese é rejeitada, ou seja, admite-se a existência de diferenças significativas entre as médias dos dois cursos.

Após a realização do teste *Mann Whitney* no construto Atitudes Pessoais, foram obtidos os seguintes resultados: das 05 (cinco) assertivas testadas no respectivo construto, 03 (três) apresentaram valor de significância superior a 0,05. São elas (a) Ser um empreendedor implica em mais vantagens do que desvantagens para mim, (c) Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa, (d) Ser um empreendedor implicaria em grande satisfação para mim, ou seja, não existem diferenças significativas entre as médias dos cursos em cada uma das assertivas testadas do respectivo construto. Contudo, 02 (duas) assertivas, que são (b) A carreira de empresário é atraente para mim e (e) Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário, apresentaram diferença entre as médias e o valor de probabilidade abaixo da significância de 0,05, entre as médias dos cursos em cada assertiva testada do respectivo construto.

De acordo com Ajzen (1991), as Normas Subjetivas fazem referência à influência do ambiente social no comportamento do indivíduo. No construto Normas Subjetivas, foram obtidos os seguintes resultados: das 03 (três) assertivas testadas, (a) Os seus parentes (b) Os seus amigos (c) Os seus colegas, todas apresentaram valor de probabilidade acima do nível de significância de 0,05. Comparando a média dos respectivos cursos, nota-se que não houve diferenças significativas entre os cursos da área de Negócios e de Tecnologia da Informação. Para os discentes de ambas as áreas, a opinião de seus parentes, amigos e colegas é relevante quanto às decisões empreendedoras a serem tomadas.

No construto Controle Comportamental Percebido, foram obtidos os seguintes resultados: das 04 (quatro) assertivas testadas no construto, 02 (duas) não apresentaram diferenças significativas e nível de significância acima de 0,05, são elas: (a) Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim, (b) Eu conheço os detalhes práticos e necessários para criar uma empresa. Contudo, 02 (duas) assertivas, que são (c) Eu sei como desenvolver um projeto empresarial e (d) Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso apresentaram diferenças significativas e nível de significância abaixo de 0,05.

No construto que faz referência à facilidade ou à dificuldade de um indivíduo realizar alguma ação ou algum comportamento particular, conforme Ajzen (1991), é possível observar as características que diferenciam a Intenção Empreendedora dos discentes dos cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação.

No construto Intenção Empreendedora, foram obtidos os seguintes resultados: das 06 (seis) assertivas testadas no respectivo, que são: (a) Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário, (b) Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário, (c) Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro, (d) Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias, (e) Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário e (f) Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário, todas apresentaram resultado abaixo de 0,05 e diferenças significativas entre a Intenção Empreendedora dos cursos da área de Negócios e da área de Tecnologia da Informação.

O construto Foco de Análise da Pesquisa apresenta diferença entre os resultados dos discentes pesquisados.

Considerando os resultados obtidos nos testes realizados nos 04 (quatro) construtos para os cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação, conclui-se que eles apresentam diferenças estatísticas. O que pode indicar que o enfoque das disciplinas comuns e a maneira como estas são desenvolvidas em sala de aula são diferentes.

5.4. Análise comparativa das atitudes pessoais dos discentes: área de negócios vs. tecnologia da informação

Depois da realização da análise de regressão linear e da comparação das médias, observa-se com relação às assertivas do construto Atitudes Pessoais que elas explicam, em até 58,3%, as variações das Intenções Empreendedoras dos discentes dos cursos da área de Negócios e, em até 61,7%, as dos discentes da área de Tecnologia da Informação.

Em relação às médias, houve diferença significativa nas assertivas (b) A carreira de empresário é atraente para mim e (e) Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário; do respectivo construto. Para as demais assertivas, não houve diferença significativa entre as médias dos cursos analisados.

Com relação às Normas Subjetivas, não houve diferenças significativas entre elas quando comparadas às médias dos cursos, ou seja, para os discentes de ambas as áreas é relevante a opinião de seus parentes colegas e amigos quanto às ações empreendedoras a serem tomadas.

Com relação ao construto Controle Comportamental Percebido, observa-se com relação às suas assertivas que elas explicam até 79,1% das variações das Intenções Empreendedoras dos discentes dos cursos da área de Negócios e em até 53,1% as dos discentes da área de Tecnologia da Informação.

Em relação às médias dos cursos, fica evidenciado que houve diferença significativa nas assertivas (c) Eu sei como desenvolver um projeto empresarial e (d) Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.

Em relação ao construto Intenção Empreendedora, foram encontradas diferenças significativas entre as médias dos discentes dos cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação.

Analisando os resultados, é possível afirmar que a Intenção Empreendedora dos discentes dos cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação sofrem impacto relevante da opinião de seus parentes, colegas e amigos sobre o que estes esperam de seu comportamento.

6. Considerações finais

Esta pesquisa teve por objetivo identificar se há diferença entre os discentes de graduação na área de Negócios e Tecnologia da Informação de uma faculdade particular na Serra - ES, nas suas Atitudes Pessoais, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora.

Os resultados demonstram que os discentes dos cursos da área de Negócios e da área de Tecnologia da Informação possuem intenções empreendedoras diferentes e apontam que mesmo que os cursos tenham disciplinas comuns, a maneira o aspecto empreendedor dos discentes apresenta características estatisticamente diferentes, visto que estas são desenvolvidas em sala de aula de maneiras distintas, quando comparadas as duas áreas.

Elementos vinculados à estrutura curricular dos cursos, como a ementa das disciplinas em comum e a maneira como as disciplinas são desenvolvidas em sala de aula, podem ser fatores determinantes para as diferenças evidenciadas.

Há de se salientar que a pesquisa não teve como propósito comparar a intensidade da Intenção Empreendedora dos discentes dos cursos da área de Negócios e da área de Tecnologia da Informação, para ressaltar qualquer um deles em detrimento do outro, mas sim identificar se haviam diferenças significativas entre as intenções empreendedoras dos discentes dos cursos, o que se confirmou a partir dos resultados obtidos.

As principais limitações desta pesquisa recaíram sobre a utilização de amostragem não probabilística, na qual os discentes foram escolhidos por acessibilidade, por isso não é possível generalizar os resultados para toda a população, uma vez que os respondentes não foram escolhidos de forma aleatória.

Os resultados da presente pesquisa revelam diferenças significativas entre Atitudes Pessoais,

Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora entre os cursos da área de Negócios e Tecnologia da Informação. Tais conclusões podem contribuir para futuras pesquisas, que busquem investigar o tema em questão; propor modificações na forma de abordagem das disciplinas comuns em sala de aula, para fomentar a cultura empreendedora entre os discentes; e, conseqüentemente, contribuir para o crescimento da economia da região.

Referências Bibliográficas

- AHIRE, S. L.; GOLHAR, D. Y.; WALLER, M. A. Development and Validation of TQM Implementation Constructs. **Decision Sciences**, v. 27, n. 1, p. 23–56, 1996. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1540-5915.1996.tb00842.x>>. Acesso em: 14/2/2014.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1991. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/074959789190020T>>. .
- BENTLER, P. M. Factor simplicity index and transformations. **Psychometrika**, v. 42, n. 2, p. 277–295, 1977. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/BF02294054>>. .
- CERNY, B. A.; KAISER, H. F. A Study Of A Measure Of Sampling Adequacy For Factor-Analytic Correlation Matrices. **Multivariate Behavioral Research**, v. 12, n. 1, p. 43–47, 1977. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327906mbr1201_3>. .
- CRESWELL, J. W. **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Sage, 2009.
- CRONBACH, L. J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, v. 16, n. 3, p. 297–334, 1951. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/BF02310555>>. .
- LIÑÁN, F.; CHEN, Y.-W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593–617, 2009. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>>. .
- MATIAS, M. A.; COLARES, A. C. V.; ROCHA, P. M.; CARVALHO JÚNIOR, L. E. DE. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em ciências contábeis. Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. **Anais...**, 2012.
- SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. 1934.

Anexo 1 - Questionário de Pesquisa

Por favor, selecione suas respostas para as questões abaixo.

PEFIL DEMOGRÁFICO

1. **Gênero?** () Feminino () Masculino
2. **Estado Civil?** () Solteiro (a) () Casado (a) () Viúvo (a) () Outro:
3. **Idade?** _____
4. **Raça?** () Branco () Pardo () Negro
5. **Curso?**
 () Área de Negócios (cursos de Administração e Ciências Contábeis)
 () Área de Tecnologia da Informação (cursos de Sistemas de Informação e Redes de Computadores)
6. **Faixa de renda familiar?**
 () Até 1 salário () Mais de 2 a 3 salários () Mais de 4 a 5 salários
 () Mais de 1 a 2 salários () Mais de 3 a 4 salários () Mais de 5 salários
7. **Se você decidisse criar uma empresa, que pessoas próximas a você iriam aprovar essa decisão?**
 () Os seus parentes. () Os seus amigos. () Os seus colegas.

Por favor, indique o seu grau de concordância com as seguintes frases.

Escala: 1 para "Discordo Totalmente", 5 e 6 "Não discordo nem concordo" e 10 para "Concordo Totalmente".

Construto		Assertiva									
ATTITUDES PESSOAIS	8. Ser um empreendedor implica em mais vantagens do que desvantagens para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	9. A carreira de empresário é atraente para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	10. Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	11. Ser um empreendedor implicaria em grande satisfação para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	12. Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CONTROLE COMPORTAMENTAL PERCEBIDO	13. Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	14. Estou preparado para iniciar um negócio viável.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	15. Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	16. Eu conheço os detalhes práticos e necessários para criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	17. Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	18. Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS	19. Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	20. Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	21. Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	22. Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	23. Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	24. Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	25. Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OBRIGADO POR SUA PARTICIPAÇÃO!